

7. *Даньшин В.* Самые высокие здания Воронежа / В. Даньшин // Семёрочка. – 2016. – 21 июля.

Н. В. ПОТАПОВА

*старший преподаватель
Кемеровский государственный университет,
Россия, Кемерово
nv_potapowa@mail.ru*

В. А. КАМЕНЕВА

*доктор филологических наук, профессор
Кемеровский государственный университет,
Россия, Кемерово
russia_science@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена теоретическим вопросам исследования новостного электронного дискурса в аспекте креолизации как способа визуализации информации в сети Интернет. Постоянно увеличивающийся информационный поток обусловил важную роль визуального компонента в языке СМИ.

Ключевые слова: визуализация, креолизованный текст, электронный новостной дискурс, вербальный компонент, невербальный компонент.

Сегодня явление визуализации получает все более широкое распространение не только в традиционных СМИ, но и в электронных. Это объясняется тем, что современный мир все больше «ориентируется на визуальный способ представления информации» [8, с. 40].

Визуализация теснейшим образом связана с понятием «креолизация». Термин «креолизованный текст» был введен в лингвистику Ю. А. Сорокиным и Е. Ф. Тарасовым и понимается как текст, состоящий из «двух негомогенных частей – вербальной (языковой / речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [11, с. 180–181]. Известно и более узкое понимание термина «креолизованный текст»: текст смешанного типа, содержащий вербальный и иконический, т. е. изобразительный элемент [4, с. 192].

В отечественной лингвистике существует порядка 20 терминов для обозначения данного типа текстов. Самыми частотными среди них являются: «креолизованный» [Анисимова 2003; Артемова 2002; Чаплыгина 2002 и др.], «семиотически осложненный» [Протченко 2006], «видеовербальный» [Пойманова 1997], «поликодовый» [Ейгер, Юхт 1974; Сонин 2006 и др.], «дико-

вый» [Большакова 2008], «изовербальный комплекс» [Бернацкая 1987], «изоверб» [Михеев 1987]; в зарубежной лингвистике – «коммуникат» [Adamzik 2002; Hoffmann 2004].

В. Е. Чернявская отдает предпочтение термину «поликодовый», объясняя это тем, что «с одной стороны, «поликодовый» фокусирует факт взаимодействия различных кодов, если понимать под кодом систему условных обозначений, символов, знаков и правил их комбинации между собой для передачи, обработки и хранения (запоминания) информации в наиболее приспособленном для этого виде. <...> С другой стороны, термин «поликодовый текст» обращает внимание на текстуальный характер обозначаемого явления, его содержательно-смысловую целостность, что уходит на задний план при использовании термина «коммуникат» [12, с. 95].

Помимо проблемы определения содержания термина «креолизированный текст» в отечественной лингвистике не существует и четкого разграничения терминов, описывающих невербальный компонент данного типа текстов. В работах многих исследователей термины «визуальный», «иконический», «изобразительный», «невербальный», «паралингвистический» употребляются как равнозначные и взаимозаменяемые. Однако М. Б. Ворошилова считает спорным синонимичное употребление терминов «иконический» и «изобразительный», поскольку «система (код) языка ориентируется на символичность, а текст – на иконичность» [10, с. 119]. Ученый замечает, что не правомерным является и замена термина «изобразительный компонент» на «визуальный», так как в письменной форме любого текста словесный ряд также визуален, значение имеют стиль, шрифт, цвет и др. [5]. По утверждению Анны-Марии Ариас, рисунок не может быть назван «паралингвистическим» средством, поскольку он является знаком иной, самостоятельной семиотической системы [3, с. 12]. Таким образом, в креолизованном тексте следует различать «вербальный» и «невербальный» компоненты.

Рассматривая структуру креолизованного текста электронного новостного дискурса, можно выделить: 1) *вербальный компонент* (само текстовое сообщение, подпись к изображению); 2) *невербальный компонент* (картинки, рисунки, фотографии, схемы, таблицы, формулы и т.п. + *паралингвистические средства* (фонационные средства – темп речи, громкость, паузы, заполнители пауз; кинетические средства – жесты, поза, мимика; графические средства – графическая сегментация текста, длина строки, пробелы, пунктуационные знаки, виды шрифтов, подчеркивания, зачеркивания, графические символы, цифры, цвет и др.).

Л. В. Дубовицкая считает необходимым выделять помимо двух основных компонентов (вербального и невербального) третий, факультативный, – *QR-код* или «*гиперкод*», который все чаще можно увидеть в уголке рекламного плаката или афиши, на упаковке товаров, на страницах журналов, на визитках, на авиабилетах и др. [7]. QR-код (от англ. *quick response* — «быстрый

отклик») представляет собой квадратную картинку с черными квадратами на белом фоне. Эта картинка является двухмерным штрихкодом (бар-кодом), предоставляющим информацию для быстрого ее распознавания с помощью камеры на мобильном телефоне и специальной программы. При помощи QR-кода можно закодировать / декодировать любую информацию: текст, номер телефона, ссылку на сайт или визитную карточку. QR-код работает как гиперссылка, перейдя по которой становится доступной та или иная информация, необходимая пользователю. В составе креолизованного текста гиперкод выполняет следующие функции: аттрактивную, эстетическую, информативную; участвует в создании имиджа и организации текстового пространства, а также осуществляет гиперсвязь текста с другими текстами [6, с. 14]. В связи с расширением информационного пространства и всевозрастающей роли компьютерных технологий иконическая гиперссылка QR-кода, по определению Л. В. Дубовицкой, является своеобразным «окном в Интернет» [7].

Неоднозначно ученые оценивают и роль невербального компонента креолизованного текста электронного новостного дискурса. Одни ученые утверждают, что принципиальных отличий изобразительного компонента от вербального нет: «...любое созданное непосредственно человеком изображение абстрактно, ибо оно обозначает выделенные отвлеченные человеком свойства объекта. В этой своей функции изображение не отличается от слова. Как слово, так и изображение могут выражать понятия разных уровней абстрактности» [9, с. 112].

Другие отводят невербальному компоненту креолизованного текста второстепенную, вспомогательную роль, при ведущей роли вербального компонента: «изображение не является такой четко выраженной единицей, как слово, а его семантика по сравнению с последним характеризуется значительно меньшей определенностью, расплывчивостью, размытостью своих границ» [2, с. 11].

Третьи склонны считать, что иллюстрации и другие невербальные средства имеют решающую роль в восприятии текста – они не только привлекают внимание адресата, но и оказывают определенное коммуникативное и эмоциональное воздействие на него. Они рассчитаны на смысловое восприятие, т. е. «содержат определенное коммуникативное сообщение» [1].

Креолизованный текст электронного новостного дискурса представляет собой особый тип массмедийного текста. Ему свойственны как черты общетекстовые, к которым относится связность (все элементы текста представляют собой единое визуальное, смысловое, структурное и функциональное целое), целостность (достигается за счет коммуникативно-когнитивной установки адресанта, единой темой) и завершенность; так и черты, присущие объектам компьютерно-опосредованной коммуникации, основными из которых являются мультимедийность (использование в процессе коммуникации нескольких семиотических систем, например, визуального и звукового кана-

ла); интерактивность (ориентированность на ответную реакцию адресата, а также способность участников компьютерно-опосредованной коммуникации влиять на содержание интернет-дискурса); гипертекстуальность (особый тип связи между частями текста и текстами, способствующий нелинейной организации информации в Сети).

Таким образом, креолизованный текст электронного новостного дискурса – это многосторонняя и многофункциональная форма представления информации в Интернете. Его ключевыми характеристиками являются: сложная форма; сочетание единиц различных семиотических систем (двух и более); комплексное воздействие текста на адресата. Он соединяет в себе как черты чисто текстовые (связность, цельность, завершенность), так и черты, присущие объекту в ситуации компьютерно-опосредованной коммуникации (мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность).

ЛИТЕРАТУРА

1. Андрианов М.С. невербальная коммуникация: психология и право / М.С. Андрианов. – URL: <http://fictionbook.ru/static/trials/14/11/04/14110433.html> (дата обращения: 08.09.2016).
2. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие / Е.Е. Анисимова. – М.: «Академия», 2003. – 128 с.
3. Ариас А.-М. Поликодовый текст: теоретические и прикладные аспекты: учебное пособие / А.-М. Ариас. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2015. – 126 с.
4. Валгина Н.С. Теория текста: учеб. пособие / Н.С. Валгина. М.: Логос, 2003. – 280 с.
5. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения / М.Б. Ворошилова. – URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/voroshilova-06.htm> (дата обращения: 15.09.2016).
6. Дубовицкая Л.В. Феномен креолизованного текста (на материале креолизованных текстов письменной коммуникации): автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Л.В. Дубовицкая. М., – 2013. – 23 с.
7. Дубовицкая Л.В. QR-код – революция в мире креолизованных текстов? / Л.В. Дубовицкая. – URL: <http://www.evestnik-mgou.ru/Articles/Doc/169> (дата обращения: 11.09.2016).
8. Зенкова А.Ю. Визуальная метафора в социально-политическом дискурсе: методологический аспект / А.Ю. Зенкова // Многообразие политического дискурса. – Екатеринбург: Изд-во ЕкГУ, 2004. – С.40–49.
9. Колеватов В.А. Социальная память и познание / В.А. Колеватов. – М.: Мысль, 1984. – 190 с.

10. Сигал К.Я. Проблемы иконичности в языке (обзор литературы) / К.Я. Сигал // Вопросы языкознания. – 1997. – №6. – С. 100–120.

11. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. - М.: Наука, 1990. – С. 180–186.

12. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность / В.Е. Чернявская. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 267 с.

И. Г. КАТЕНЕВА

*кандидат филологических наук, доцент
Новосибирский государственный педагогический университет,
Россия, Новосибирск
irina-kateneva@yandex.ru*

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РИА «НОВОСТИ»)

Аннотация. Статья посвящена изучению принципов функционирования медиаобразовательных проектов в современных СМИ и выявлению роли визуализации в процессе разработки и реализации их концепции. Объектом исследования является медиаобразовательная деятельность редакции РИА «Новости». Как показал анализ медиаобразовательных проектов, размещенных в разделе «Инфографика» в 2016 году, они обладают максимальной категорией полезности и создаются за счет использования разнообразных мультимедийных инструментов.

Ключевые слова: визуализация, инфографика, медиаобразовательный проект, массмедиа.

Основными тенденциями развития современной медиасферы являются потеря средствами массовой информации монополии на получение информации, технологии ее распространения и внимание целевой аудитории; доминирование клипового мышления адресата коммуникации, дискретность восприятия; мультимедийность потребления и максимальная визуализация контента. Как справедливо отмечает С. И. Симаклова, «современную эпоху можно охарактеризовать как эпоху тотальной визуализации информации, когда человек привыкает получать необходимые ему сведения не через слова и смыслы, а через яркие образы и простейшие знаки. Кардинальной трансформации под-